

服装概论

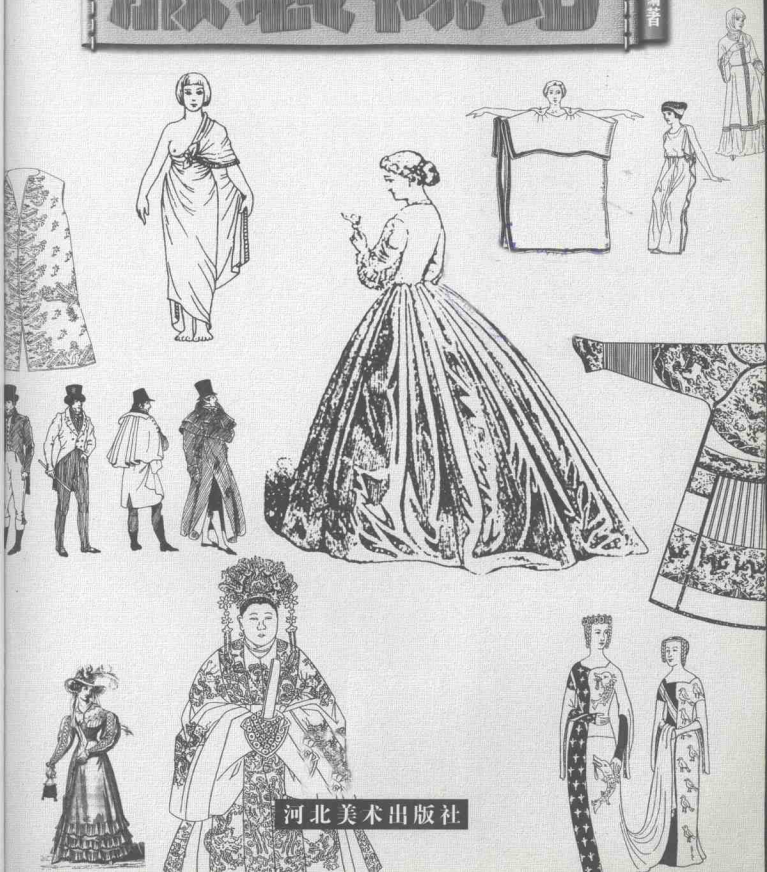
张辛可 编著



河北美术出版社

服装概论

张辛可 编著



河北美术出版社

策 划:张晨光 曹宝泉 田 忠

责任编辑:田 忠

封面设计:王 我 田 忠

内文制作:赵 晶

图书在版编目(CIP)数据

服装概论/张辛可编著. —石家庄:河北美术出版社,
2005.6

ISBN 7-5310-2442-X

I.服... II.张... III.服装—概论 IV.TS94

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2004)第 121125 号

服装概论

张辛可 编著

出版发行:河北美术出版社

地 址:石家庄市和平西路新文里 8 号

邮政编码:050071

设计制版:河北神兴数字技术有限公司

印 刷:深圳华新彩印制版有限公司

开 本:890 毫米×1240 毫米 1/16

印 张:14

印 数:1~3000

版 次:2005 年 6 月第 1 版

印 次:2005 年 6 月第 1 次印刷

定 价:98.00 元

前言

把“服装”作为体系学问来研究,称服装学。而本书从总框架的角度来认识和研究服装,对其又是概而论之,故称《服装概论》。

《服装概论》横跨自然科学和人文科学两大领域。其知识结构涵盖了诸如人体工程学、地理学、卫生学、气象学、材料学、工程学、机械学、心理学、哲学、美学、设计学、色彩学、文化人类学、民俗学、民族学、文化史、服装史、市场学、信息学等学科和知识。因此,《服装概论》是一门涉及面极广的课程。故本书在以服装为本体的基础上,对各个和服装有关系的学科都有不同程度的涉及,以加强读者对服装的整体认识。

本书的体系、观念、知识结构和研究的方法和同类书有较大的不同并有一定的创新之处。全书共分十章:第一章为概述部分,着重使读者在学习其他章节之前对服装以及服装学有一个总体的了解和对一些基本概念熟悉;第二、三章介绍服装的发展情况,讲述服装的发展是随着时代的不同而体现出不同的时代内容;第四、五、六、七章介绍服装学的构成、分类、设计和与之相关的内容;第八、九章讲述服装作为一个产业其所包含的内容;第十章则介绍服装学与其他各学科之间的关系。

本书着重对服装这门学科进行全面、系统地阐述,让读者对服装有一个全面而系统的认识,也让服装研究者、服装设计师、服装制造厂家和服装销售商家更准确地把握服装发展的规律和服装学各部分内容之间的联系。

另外,对于所有读者来说,应该在学习本书的过程中建立起一个完整的服装知识结构体系,在对服装学科各个体系有了充分了解的基础上,应该在它们之间的关联性上建立起一个比较系统的认识及观念。

说到观念,作者一直认为一定的世界观和价值观以及不同的政治、经济地位的人在同一件服装、同一部服装史面前,一定会有不同的评价。因此,《服装概论》仅仅是人们探究服装真理之路或者是认识服装所反映的社会真理之路的一根拐杖而已。

目录

第一章	服装概述	1
第一节	服装、服饰概述	1
第二节	服装学基本概念	2
第三节	服装的基本性质	6
	一、人与服装的关系	6
	二、服装的物质性和精神性	8
第四节	服装学研究	12
	一、服装学的建立	12
	二、服装学的研究对象	12
	三、服装学的研究方法	13
	四、服装学的研究领域	13
	五、我国服装学的建立与服装教学	13
第二章	服装的起源、发展和变迁	16
第一节	服装起源的时间范畴	16
第二节	服装产生的原因——服装起源说	17
	一、保护说	17
	二、装饰说	18
	三、羞耻说	19
第三节	服装的变迁及其规律	20
	一、服装变迁的形式	21
	二、服装变迁的生态性	21
	三、服装变迁的历史性和地域性	23
	四、服装变迁的规律性	28
第四节	现代服装的发展趋势	32
	一、民族服装国际化	32
	二、自然随意化	32
	三、个性化	32
	四、时尚化	32
	五、品质高端化	34
	六、系列化和组合化	34
	七、中性化	34
	八、健康和环保化	34
	九、年轻化	35
第三章	中国和西方服装发展的主要脉络	36
第一节	西方服装发展的主要脉络	36

一、草裙时代	36
二、兽皮披体年代	36
三、织物装身时期	37
四、古埃及	37
五、古代西亚	39
六、爱琴文明的克里特人服装(公元前 2000 年~公元前 100 年)	39
七、古希腊(公元前 8 世纪~公元前 146 年)	39
八、古罗马(公元前 1000 年~公元后 395 年)	40
九、拜占庭时代(公元后 395 年~公元后 1453 年)	40
十、日耳曼	40
十一、罗马式时代(11 ~ 12 世纪)	41
十二、哥特式时代(13 ~ 15 世纪)	41
十三、文艺复兴时期	42
十四、巴洛克时期	42
十五、洛可可时期	43
十六、新古典主义时代	44
十七、浪漫主义时代	44
十八、新洛可可时代	45
十九、巴斯尔时代	46
二十、S 型时代	46
二十一、女装的现代化	47
二十二、细长型与军服式	47
二十三、迪奥时代	47
二十四、流行的转化	48
二十五、流行的多样化时代	48
第二节 中国服装发展的主要脉络	48
一、上古时期	49
二、商周时期	49
三、秦汉时期	50
四、魏晋南北朝时期	50
五、隋唐五代	51
六、宋辽金元	52
七、明代服饰	54
八、清代服饰	54
九、近代服饰	56

	第三节 中国近现代服装行业和服装教育简史	57
第四章	服装的构成	60
	第一节 服装的材料	60
	一、织物	60
	二、服装材料的应用史	61
	三、纤维简介	62
	四、非织造材料	65
	五、面料和辅料	66
	六、服装材料的性能	67
	第二节 服装的色彩	70
	一、色彩	70
	二、色彩的性格	71
	三、服装色彩的特性	72
	第三节 服装的造型	74
	一、基础形制	74
	二、基本形态	74
	三、基本服装的要素	75
	四、服装造型的构成	75
	五、服装造型与人体的关系	76
	第四节 服装的制作	77
	一、服装的结构原理	77
	二、服装的工艺原理	79
	三、服装制作的两种形式	81
第五章	现代服装分类	83
	第一节 从“物”的角度分	83
	一、按服装品种分类	83
	二、按照材料分类	83
	三、按照工艺分类	86
	四、按照细节造型分类	86
	第二节 从“穿”的角度分	86
	一、日装和晚装	86
	二、按照季节分类	86
	三、按照功能分类	87
	第三节 从“人”的角度分	89
	一、按照穿着者的性别	89

	二、按照穿着者的年龄	89
第六章	服装设计基础	91
	第一节 设计	91
	一、设计的意义	91
	二、设计的分类	92
	三、设计的特性	92
	第二节 服装设计	94
	一、服装设计的定义	94
	二、服装设计的目的和任务	94
	三、服装设计的先决条件	94
	四、服装设计的工作范围及程序	94
	五、服装设计的具体过程	95
	第三节 服装设计的形式美法则	99
	一、服装设计的形式美法则	99
	二、服装设计的元素——点、线、面、体	100
	第四节 服装的造型设计	104
	一、服装的外轮廓设计	104
	二、服装结构线的设计	105
	三、服装的细节设计	105
	第五节 服装的色彩设计	106
	一、服装色彩与人的关系	106
	二、服装色彩的运用	107
	三、流行色	109
	第六节 服装设计的材质效果	110
	一、材质效果的含义	110
	二、材质效果及其要素	110
	三、材料与设计	111
	第七节 服饰品设计	112
	一、服饰品概述	112
	二、服饰品设计的基本要素	112
	三、服饰品设计分类	112
	第八节 服装设计管理	116
第七章	服装设计分类	118
	第一节 男装设计	118
	一、男性人体结构特点	118

		二、男装设计特点	118
		三、男装设计简介	118
	第二节	女装设计	122
		一、女性人体结构特点	122
		二、女装设计的特点	122
		三、女装设计简介	124
	第三节	童装设计	126
		一、童装设计的特点	126
		二、不同年龄段的童装设计	127
	第四节	中老年装设计	129
		一、中老年人体型特征	129
		二、中老年装设计特点	129
	第五节	针织服装设计	130
		一、针织面料与针织服装的特点	130
		二、针织服装的设计特点	131
		三、针织及毛衫类服装呈现世界性热销的原因	131
	第六节	职业装设计	131
第八章	服装流行		135
	第一节	服装流行的含义和研究的目的	135
	第二节	影响服装流行的五大因素	136
		一、社会经济状况	136
		二、大众需求与接受能力	136
		三、时代背景	136
		四、地域环境的影响	137
		五、国际事件对人们的冲击	137
	第三节	服装流行趋势预测	137
		一、服装流行趋势预测对纺织、服装行业发展的影响	137
		二、国内外服装流行趋势预测状况	138
第九章	服装产业概述		141
	第一节	服装产业的形成与发展	141
		一、服装产业的形成	141
		二、世界服装产业的发展趋势	142
		三、我国服装企业的起步与现状	142
	第二节	服装产业标准化	144
		一、服装标准化概述	145

	二、国家号型标准	147
	三、服装号型与服装规格设计	148
第三节	服装工业化生产的一般程序	148
第四节	服装产业新技术应用概述	149
	一、计算机辅助系统	149
	二、计算机集成化系统	150
	三、成衣整理技术	150
	四、新加工设备	152
第五节	服装产业的“三化”	153
	一、信息化	153
	二、文化化	156
	三、集群化	157
第十章	服装与其他学科	159
第一节	服装与商品学	159
	一、商品学	159
	二、服装商品学	160
第二节	服装与心理学	161
	一、服装心理学概述	162
	二、服装与需要、动机和态度	162
第三节	服装与美学	164
	一、服装美学概述	164
	二、美的种类	164
	三、服装美	165
第四节	服装与卫生学	166
	一、卫生学	166
	二、服装与卫生学	167
第五节	服装与人体工程学	168
	一、人体工程学	168
	二、服装与人体工程学	168
第六节	服装与管理学	170
	一、管理学概述	170
	二、服装与管理	171
附录一	国际著名设计师简介	174
附录二	《服装概论》作业选用	210
参考文献	211
后记	214

第一章 服装概述

本章主要介绍服装学的一些基本概念,阐述服装的基本性质以及服装学研究的基本内容和方法。该章是本书的基础部分,因为有很多概念性、基础性的知识会在书的后面和今后的服装生涯中经常遇到。

第一节 服装、服饰概说

根据人类学、考古学的研究,人类利用材料包裹身体形成服装,可追溯到约40万年前,当时被用来作为衣料的是兽皮(据史料记载还有树叶)。而到了1万年前的新石器时代,人们就开始使用亚麻织物了(麻被誉为“织物之王”,也是我国最早的纺织品,公元前4000年到宋以前是我国的主要服用材料。而古埃及法老埋葬时的裹尸布就是上等麻料,故数千年不烂)。随着人类对自然界的不断认知,新的材料和技术就会被不断地发掘出来,这促成了人类社会的发展。在服装这方面,每一次新材料和新技术的运用都会使服装更加丰富和多元化,因此也就形成了现在我们丰富多彩的衣生活。

在人类生活的四大基本需要衣、食、住、行中,“衣”是与人类的生存状态最为密切的。

服装从原始社会最简单的用于御寒防虫的兽皮、树叶到现代社会依据各种社会活动而演变出来的各种装束,服装已经成为人类一种无法或缺的状态而存在。因此,服装也被称为人的“第二皮肤”。随着人类社会的发展和科技的发展,“衣”这种与人类所离不开的造物在不断地发展之中,人类在这“第二皮肤”中注入了越来越多的精神生活方面的文化含义,而人类也围绕着服装不断地丰富着自身的生活内容,服装由此而成为一种文化。时装就是服装这一大类中派生出来的重要分支,是指在当时当地最新颖、最流行的服装。现代时装不单指款式新颖的女装,还包括新颖的男装和童装等。即使人们穿着的运动服、职业装等专用服装也在不断地时装化,因此,时装这个概念被人们引用得越来越广泛。在国外,与时装配对的鞋、帽、领带、围巾、手套等,甚至袜子、包袋、首饰等都包括在时装的范畴中。在这个层面上,时装其实就是流行的服饰。服装在人类生活中占据了越来越多的内容,其地位也越来越重要。

正是由于服装对人类生活的重要性,使得对服装的研究变得十分必要。特别是当服装形成了一种产业并且涉及的研究领域越来越广时,如何发展服装的各个相关领域以提高人的生存质量,如何有效地将各个领域结合起来以创造出反映时代特征和人类精神需求的服装——

这些问题对于对衣生活有更高要求的现代人来说都是十分重要的。

第二节 服装学基本概念

1. 服装

关于“服装”目前有两种含义:(1)服装普遍被认为是“成衣”和“衣服”。它是一个单纯的“物”的概念;(2)服装是指衣服和人体组合后的着装状态,“服”为物,而“装”是动词。并且,这种状态与周围的自然环境和人文环境有紧密的联系。

生活中人们所说的服装大多等同于“衣服”,如“服装厂”、“服装店”等。也有人认为服装还包括鞋帽等,但实际上,服装和服饰品有区别。其实该含义用“成衣”来表达比较确切。

服装的另一个意思,则指人着装后的一种状态,相当于英语中的“costume”。服装的美指穿着者与衣服之间、与周围的环境之间的一种相互的谐调和统一。其中穿着者包含其体形、肤色、气质等因素,衣服则包含款式、尺码、颜色和质地等因素,而周围环境则指穿着者所处的场地背景、文化背景和流行背景等。因此,同样的衣服,不同的人穿着会有不同的效果,不同的时间、场合穿着也会有不同的效果。在这个意义上,服装的含义和作用除了它自身以外,还应该包括和服装有关的人的关系,以及人、服装共同和环境及时代的关系。

2. 衣服

相当于英语的 clothing 或 clothes,指缠绕在人体主要部位的物品。古代的“衣服”还包括头戴的帽子类,但现在所说的“衣服”不包括鞋帽、包和首饰等。

3. 衣裳

衣裳在古代指上装和下装的总和。衣表示上装,裳表示下装(《辞海》——古称下身的衣服;裙),《说文解字》:“衣,依也,上曰衣,下曰裳。”简称为“上衣下裳”。现在“衣裳”一词也作口语用,意思和衣服相同。

4. 衣装

衣装一词在日本应用较多,它指用于举行仪式或其他特殊场合的衣服,如在演戏、跳舞等场合使用的舞台服装、戏服。衣装一词在日常中一般不使用。

5. 服饰

服饰指穿戴在人身上的衣着和装饰品,包括衣服、鞋帽、首饰、包、腰带、手套、袜子等等。也有人将服饰理解为与服装搭配的装饰品或衣服的配件,如服饰品、服饰图案等。

6. 服饰品

服饰品(accessory)也称服饰配件,是为了整体服装搭配的需要,又是服装的附属品。广义上的服饰品指服饰概念中除了衣服以外的物品,包括首饰、鞋帽、袜子、包、领带、腰带、围巾、手帕等;狭义上的服饰品指耳饰、项链、胸针等以装饰性为主,添加性因素较强的首饰。

7. 被服

在古代,被服是穿着的意思,“被”指覆盖包裹,“服”指穿着与佩戴。被服一词最早被日本人用在军需产品上(含有寝具的服装类称),《现代汉语词典》中对被服的解释为:“被服,被褥、毯子和服装(多用于军需品方面)。”现在被服一词也指包裹覆盖人体上的物品,包括衣服、鞋帽、袜子、手套等和其他装饰附属品和配饰。

8. 时装

时装一词顾名思义,指富有时代感的服装。“时”字给予该词界定了时空背景的范围,因此代表历史上某一时期的流行服装。相对于所有的服装,“正在流行的”服装,可以称为时装。

时装本身也包含三层含义:一种是代表较高级的、创造性的、流行的和先驱性的,相当于英文的 *mode*、*vogue*;一种是着重于流行的、广泛性的,相当于英文的 *fashion*;另一种则强调某种样式和状态的、恒定化的,相当于英文的 *style*。

mode 源于拉丁语 *modus*,是方法、样式的意思。在欧洲服装界,*mode* 指由高级时装设计师设计,并在其指导下制作出来的作品。*mode* 具有很强的原创性,对流行有指导和引导的意义。一批作品完成后,设计师会为其作品召开新品发布会,这叫 *collection*。*vogue* 意为流行和风尚,相比之下,其所代表的先驱性比 *mode* 更加强烈,是最新倾向的创作作品。

fashion 意为流行、风尚、方式、姿态、种类,一般译作“流行”。*fashion* 一词最大的特征是具有普及性和广泛性。当 *mode* 经过一段时间的演化后被更多的人所接受时,就成为 *fashion*。现在人们所说的时装多指这个层次上的意思,它与流行、风尚密不可分。在服装界,当一种风尚被广泛流行时,就成为时装。

style 在艺术上指表现形式,在服饰界指反映一定时代特点并具有普遍意义的,而且又成为某一恒定样式的服装,它是继 *mode* 和 *fashion* 之后的另一个范畴。

9. 成衣(*confecting*)

成衣是工业社会的产物,它是指按照标准号型批量生产的成品衣服。人们在商店购买到的衣服基本上都属于成衣。根据谁设计的、哪个公司生产的、批量有多少,成衣又可以分为高级成衣、普通成衣两个层次。

10. 设计

所谓“设计(*design*)”是指对造物的一种整体的计划、规划、设想、解决问题的方法,并通过视觉的方式传达出来和完成的活动过程。现代设计注重功能和艺术美相结合,因此,服装设计在追求艺术美的同时,又融合了与人体有密切关系的机能美以及与人所从事的活动有关的功能美。

现代设计的范畴一向不明确,争议也很大,因为设计所涉及的面相当之广,小到一把门的钥匙,大到一个城市的规划,简单到一张名片的设计,复杂到宇宙飞船,可以这样说,设计包括和渗透在我们生活和工作的任何方面和任何角落。

那么,现代设计究竟应该有哪些可以被概括的范畴呢?首先,我们应该把“美术”排除在设计之外,另外,我们要区分“设计”和“工程设计”的不同点。设计是解决人和物、人和广义的机器关系的问题的活动,没有设计,人就不可能有舒适的、安全的和美观的生活、工作和生存的环境和空间。而“工程设计”是解决人造物中的物与物的关系问题的,如建筑、机械、交通工具等等中间的诸如发动机和传动机械之间的关系、汽缸和活塞之间的关系问题等等。因此,现代设计是现代经济文化和现代市场的组成部分,不同的市场活动,造成不同的设计范围,从而产生不同的设计范畴(我们在后面专门的篇章里会谈到)。

另外,现代设计的最高思想是“高情感+高科技”。现代设计是包含了人类全部文化和科学手段的一种人类活动。

11. 高级时装(*Haute couture*)

Haute 的法语是“高等的”、“高级的”的意思。*couture* 的法语原意是动词“缝”,而动词名词化以

后为“缝的结果”，直译为“缝纫后的物”（有的书将其译成“裁缝”和前后合译成“高级裁缝”是错误的），应译为“高级时装”或“高级手工订制服装”，而且一般特指巴黎的高级时装。它是和原创、唯美、单一的设计与卓越的手制作工艺相结合的。“高级时装店”有专用法语 *maison*。“高级时装”的称号必须由巴黎高级时装公会颁授。要获得此称号，必须具备以下条件：

- (1) 在巴黎设有设计工作室，并在巴黎高级时装公会注册；
 - (2) 至少雇佣 20 名全职人员；
 - (3) 衣服一定要彻底量身订做，不能预先裁剪；
 - (4) 其品牌时装必须每年举行两次发布会，时间为 1 月和 7 月的最后一周；
 - (5) 每季至少要推出 65 套新的设计作品；
 - (6) 至少雇佣 3 名模特儿；
 - (7) 每一件高级时装都必须是全手工，单件的（这个规定现在有所变化，可以是一个国家或一个地区一件）。需要进行多次地假缝以及试穿，由十几位高级工艺师用 200 小时全神贯注地进行制作。
- 因此，高级时装的价格是相当昂贵的，一件衬衫可以卖数千元到数万元人民币，套装和大衣可以卖到十几万到上百万。而它的消费群，全球也就 2000 到 3000 人左右。

12. 高级时装设计师(couturier)

couturier 的法语直译是“裁缝师”，意译是“高级时装设计师”。指高级时装店中的主设计师。他是高级时装店的灵魂人物，必须具有极高的品味、鉴赏力和创作能力，并且为公众所承认。著名的高级时装设计师有克里斯汀·迪奥(Christian Dior)、夏奈尔(Chanel)、皮尔·卡丹(Pierre Cardin)、伊夫·圣·洛朗(Yves Saint Laurent)、克里斯汀·拉夸(Christian Lacroix)等。

13. 高级成衣(Pret-a-Porter)

Pret-a-Porter 的法语直译是成衣，因为它是从 *haute couture* 和 *couturier* 中衍生出来的一个概念，又要区别于 *confecting*（普通的、便宜的、普通人穿的成衣），故把 *Pret-a-Porter* 意译为高级成衣。高级成衣是指对高级时装作适量简化后的小批量生产的产品，属于第二等级的时装。它不是量身订做的，而是按照一定的号型标准进行生产的，而且允许机缝。“高级成衣店”也有专用法语 *Boutique*。最早推出高级成衣的是皮尔·卡丹(Pierre Cardin)。

14. 成衣设计师(stylist)

stylist 是高级成衣和普通成衣设计师的法语称谓，相当于英语 *Designer*。

15. 首饰

首饰，顾名思义指头上的装饰物品。《后汉书·舆服志》：“后世人……见鸟兽有冠角”。如今，首饰的概念已经不是局限在头上的饰物了，而是泛指头饰、项链、胸饰、手镯(*bracelet*)、戒指(*ring*)、脚镯(*anklet*)等装饰品。首饰的材料从财产价值的贵重金属或宝石到其仿制品以及皮革、毛皮、木、陶



图 1-1 首饰

瓷、贝壳、塑料等相当广泛。随着人们对材料研究地不断深入,不时会有新的材料产生。(图 1-1)

16. 服装结构

(1) 什么是服装结构

在服装设计之初,应该将服装结构、服装工艺、服装款式进行通盘设计考虑。在完成整体服装设计构想的过程中,对各种分散衣片的合理性和美观性,进行结构研究、结构设计和结构补正,这就叫做服装的结构设计。

①动态的结构:是整个结构设计从平面设计图到立体结构的一个转化过程。

动态——既指设计师在结构设计中的思维运动过程,又指塑造服装的面料、里料、辅料等科学、艺术地打散及组合、制造的衣片运动的过程。

②静态的结构:构成服装的各个裁片的形状和线条质量,以及这些形状、线条所包含的思想内容、组合要素和组合原理。

(2) 服装结构方法

俗称服装裁剪(传统的分割衣片的称谓)。

学名服装结构设计、服装纸样设计(科学性、艺术性相结合,设计和分割衣片的称谓)。

(3) 结构设计的基本技术

①平面(裁剪)技术:使用原型制图法、基本样板制图法、比例分配法、实寸法等,在平面的纸上进行设计、分解和取得纸样、衣片的技术。

②立体(裁剪)技术:使用坯布在立体人台或真人身上设计、分解和取得纸样、衣片的技术。

③直接技术:定寸法、实寸法、比例法、立体法等。

④间接技术:原型法、基本样板法。

⑤综合技术:将几种方法结合起来使用。如将立体裁剪和平面裁剪的技术综合起来混合使用,相得益彰。

目前国内外采用较广泛的为原型法、基本样板法、比例法以及立体法等。上述几种技术往往互相融合在一起,形成一种混合的个人技术,以至于在“结构设计”这一领域,经常会形成很具个人特点的结构设计的风格和特点。

17. 服装工艺

有了服装的裁片以后,就需要通过一定的工艺措施、技术和设备,在制作过程中使服装成形。而這些工艺措施,需要在服装设计之初就和款式设计、结构设计进行通盘设计考虑,这就是服装的工艺设计。

不同的服装,为了实现不同的效果,在制作过程中要涉及到不同的工艺和设备的应用。一般服装制作的过程是先获得衣片,然后再将各个衣片缝合在一起形成服装。其工艺原理是:裁剪得到衣片,缝纫拼合衣片,熨烫作为辅助。工艺的过程涉及一系列的工艺原理、工艺原则和工艺设备,这一定要在事先进行工艺设计,事中进行品质控制,事后进行质量检验。

18. 时装表演(fashioning show)

19世纪中叶被称为高级时装之父的沃思,在首创了高级时装(haute couture)的基础上,又首创了用真人(自己的太太)来“展示”时装,以促进生意。他接着又将其发展为有很多上流社会顾客来观看的时装沙龙“collection(高级时装发布会)”,这就大大地提高了“裁缝”的地位,以至后来形成了设计师这个概念。因此,“设计师”和“fashioning show”的本意是与“做服装的人、做好看的服装,为了卖

掉好看的服装而展示给有关的人看”这样一些商业概念相联系的。时装表演以实用和产业为基础、以艺术形式和手段为表征,而商业本质是它的特质。

在时装业发达的国家,色彩、纱线、面料和服装已经形成流行周期,构成商业体系和运行机制。因此,“show”的本意是表演、展览、表面上做出样子——便成了和商业性“表演”有关的循环周期,因此,脱离商业运行和目的的“show”是不科学的。

一般说来,时装表演的形式有六种。一是一年两度的高级时装发布会,世界最顶尖级的大师在巴黎发布他们最新的创作(参见高级时装),主要面对高级顾客和时尚评论家等;二是一年两度的高级成衣发布会,可以是高级时装设计师,也可以是高级成衣设计师在各时装之都作发布,主要面向买家和时尚评论家等;三是成衣厂商和服装品牌持有者在集中的博览会或者自己单独举办发布会,这种发布和表演一般是以促销为主;四是一些机构,如棉花组织、羊毛组织、流行色组织、研究中心等进行的流行趋势发布会,他们是商业机制的中介;五是一些文艺性、娱乐性的表演;六是以发掘设计人才为目的的大奖赛表演。有的厂家以发掘设计人才为名义搞大奖赛,实际上是做广告。

19. 品牌

美国市场营销协会对品牌如此定义:品牌是一种名称、术语、标记、符号或设计,或是它们的组合运用,其目的是借以辨识某个销售者或某群销售者的产品或服务,并使之同竞争对手的产品或服务区分开来。可以说,品牌的作用是标识,其本质是区分。服装品牌随着服装的商业化而产生,现在的服装消费已经基本进入品牌消费的时代。服装品牌中最高级的是高级时装品牌。高级时装品牌的下线,可以拓展出高级成衣品牌、二线品牌、授权生产品牌等。

品牌是一种产品和服务走向世界的通行证。

第三节 服装的基本性质

一、人与服装的关系

有学者称“服装是人类生活的最大公约数”,也有学者把服装比喻成“只有服装才做得从摇篮到坟墓伴随人的一生!”。这说明了人和服装的最基本和最密切的关系。

人,是以社会性的形式存在的,每一个个体都与其他个体有着这样那样的联系。人们在这些联系中寻找归属和差异,归属的结果形成民族,而差异则构成不同的民族。这种社会性决定了人们必须重视其他人对自己的看法。因此,对于服装,人们注入了更多的诸如地位、财富、品味、身份等内容。当然,其中最根本的是对“美”的追求,因为被一个群体认为美,就意味着容易被这个群体所接受。在这个时候,“服装”不单单具有机能性和实用性,更是反映了一种深刻而复杂的有意识和无意识的社会心理积淀。服装的“美”作为一种符号性的信息,把服用者的社会地位、职业、价值观、文化水平、个性及其他非语言的内容作为一种印象传达给别人。

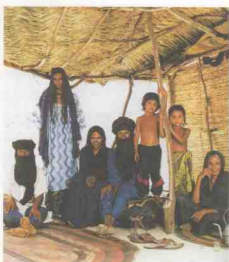
人类与动物相比,在满足自身需要的驱动下,服装是人类最有创意的造物。根据服装的种种起源学说,其中的“装饰说”和“性吸引说”把服装说成是起源于人的精神性以及“性”这个自然属性。另一种说法是说这种创造性来源于人类生理上的一种缺陷——人类的毛发不足以抵抗自然界的侵害。因而远古的猿人,身体上长的厚密毛发使它们能够适应热带和温带的环境。但是随着各种因素的变化而带来了居住地的变迁,人类渐渐地向寒带扩散。当自身的条件无法抵抗环境压力时,人类学会了用皮毛和纤维织物来保护身体,因此产生了“服装”。



肯尼亚民族服装



纳米比亚印巴人服装



尼日尔塔巴拉克服装



印度博尼亚瓦拉民族服装



印度贾撒梅民族服装



法国民族服装

图 1-2 各国的民族服装

因此,人类在生存和繁衍中创造了历史和服装的进步。人类的身体在逐渐失去自身天然的对自然侵害的抵抗能力的同时,和“服装”的关系也变得密不可分。由此,也构成了人类各种生活方式和服装形态。“服装”在弥补生理不足的同时也在改变着人类自身和促进了文明。

在现代,“服装”仍然是人类适应各种环境的必要装备,当人类的足迹进一步迈向极地地区,甚至进入太空时,他们利用服装来保持自身的机能。

人类社会是一个细分化的社会,人与人之间分属不同的群体,从事不同的活动,因此也造成了服装的多样化(图 1-2)。包裹人体的衣物,在世界各地形态各异,衣物因气候、风土、习惯以及生活目的不同而不同。同样,在人们的日常生活中,人们也会根据自己所要从事的活动而选择衣服,如:休息时穿宽松舒适的衣服;庆典时穿礼服;运动时穿运动装等等。